

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级 \_\_\_\_\_

学号: X2006156006

UDC \_\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

# 革新公司国内市场营销策略分析

The Domestic Marketing Strategy Analysis of GESIN

李 期 昕

指导教师姓名: 谢 导 副教授

专 业 名 称: 工商管理 (EMBA)

论文提交日期: 2010 年 月

论文答辩日期: 2010 年 月

学位授予日期: 2010 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2010 年 月

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 论文摘要

革新塑胶制品有限公司是厦门一家野营休闲用品制造商，产品靠国外市场。为了寻求新的生存发展机会，革新塑胶制品有限公司计划加速切入国内市场。

由于我国还属发展中国家，野营休闲活动普及率还很低，国内市场才起步，容量尚小；而我国已是野营休闲用品制造大国，生产企业分布广、数量众多，产品大量出口，存激烈竞争。随着随着我国经济快速发展，城镇居民可支配收入的不断增加、城市化进程的加快以及私家车的快速普及，野营休闲品市场需求将迎来快速增长，革新塑胶制品有限公司看中野营休闲品国内市场快速增长性，希望快速进入国内市场。

如何根据市场营销理论，制定出符合野营休闲品国内市场特征的、行之有效的营销策略，这将对革新塑胶制品有限公司成功进入国内市场具有重要的意义。

本文旨在研究革新塑胶制品有限公司国内市场营销方案，为革新塑胶制品有限公司开发国内市场提出有效的营销策略。

本文首先从国内、国外野营休闲用品行业概况入手，对野营休闲用品行业的发展及现状进行描述，为市场分析、营销策略分析提供依据。其次，本文从野营休闲用品市场需求、消费者行为和市场竞争等三个方面对国内野营休闲用品行业进行市场分析，明确公司在市场中相对位置。第三，本文对野营休闲用品市场进行细分，确立革新公司野营休闲用品在国内市场的定位。最后，根据以上分析，制订出有效的营销策略：产品策略、价格策略、分销策略和促销策略。

**关键词：**营销策略； 4P s 营销理论； 野营休闲用品

厦门大学博硕士论文摘要库

## **Abstract**

Innovation Plastic Production Co.,Ltd, located in Xiamen City, Fujian Province, China, is an outdoor product manufacturer and mainly sells to international market. To search new opportunities, Innovation Plastic Production plans to accelerate the step to enter the domestic market.

Since China is a developing country, the popularity rate of camping activity is still very low. The domestic market is just beginning to develop and the market is still in little demand. China has being a large outdoor product manufacturing country, a great amount manufacturers widely spread all over China. A large amount of outdoor products have been exported with fierce competition. With the developing of China's economy and the increasing of the per capita disposable income, the outdoor products market demand will have a fast growth. Innovation Plastic Production realized the potential capacity of fast market growing and hopes to enter the domestic market quickly.

Design an efficient strategy according to marketing theory which adopts to the domestic outdoor product market features is very important for Innovation Plastic Production to enter the domestic market successfully.

This thesis studies the domestic market strategy of Innovation Plastic Production and brings forward efficient strategy to develop the domestic market.

Firstly, this thesis makes a general introduction of the outdoor product industry at home and abroad, then represents the development and status of the outdoor product industry and provides basis for market analyzing and market strategy designing. Secondly, this thesis makes marketing analysis of domestic outdoor product industry from outdoor product market demand, customer behavior and market competition. Then a clear idea of Innovation Plastic Production's relative position in the market will be made. Thirdly, this thesis classifies the outdoor product market and determines the positioning of Innovation Plastic Production in domestic market. At last, according to the above analysis, design efficient marketing strategy: product strategy, price strategy, distribution strategy and promotion strategy.

**Key Words:** marketing strategy, 4P s marketing theory, outdoor product

厦门大学博硕士论文摘要库



# 目录

第一章 绪论 .....	1
第一节 研究的背景和意义 .....	1
第二节 研究内容和思路 .....	1
第二章 野营休闲用品行业现状.....	3
第一节 野营休闲用品行业定义 .....	3
第二节 世界野营休闲用品产业发展现状 .....	4
第三节 国内野营休闲用品行业发展现状 .....	5
第三章 国内野营休闲用品市场分析.....	6
第一节 国内野营休闲用品市场需求分析 .....	6
第二节 国内野营休闲用品消费者行为分析 .....	7
第三节 国内野营休闲用品市场竞争分析 .....	9
第四章 市场细分与市场定位.....	14
第一节 革新公司基本情况 .....	14
第二节 野营休闲用品市场细分 .....	14
第三节 革新公司目标市场的选择 .....	16
第四节 革新公司市场定位 .....	20
第五章 革新公司国内市场营销策略分析.....	22
第一节 产品策略分析 .....	23
第二节 价格策略分析 .....	26
第三节 分销策略分析 .....	27
第四节 促销策略分析 .....	30
第六章 革新公司内销市场展望.....	39
主要参考文献 .....	40
后记 .....	41

厦门大学博士论文摘要库

## 第一章 绪论

本章将着重介绍本文的研究背景、意义和研究的内容。

### 第一节 研究的背景和意义

革新塑胶制品有限公司（以下简称革新公司）是厦门一家野营休闲用品制造商，长期以来主要靠承接 OEM（ODM）业务的商业模式生存发展，产品靠国外市场。

我国是野营休闲用品生产大国，生产企业分布广、数量众多，所生产的产品大部分供出口。由于我国还属发展中国家，野营休闲活动普及率还很低，国内市场才起步，容量目前尚小；但随着我国经济快速发展，城镇居民可支配收入的不断增加、城市化进程的加快以及私家车的快速普及，野营休闲品市场需求将迎来快速增长，革新公司看中野营休闲品国内市场快速增长性，希望快速进入国内市场，把握市场机会。

再者，革新公司 08 年来出口市场受金融危机影响，外销业务面临不确定性压力，为应对国际国内市场大环境变化情况，也为了寻求新的生存发展机会，公司计划加速切入国内市场。

### 第二节 研究内容和思路

本文通过对国内、国外野营休闲用品行业的发展及现状进行描述，对国内野营休闲用品行业进行市场分析，明确革新公司在国内野营休闲用品市场中相对位置；对野营休闲用品市场进行细分，确立革新公司野营休闲用品在国内市场的定位。根据以上分析，制订出有效的营销策略：产品策略、价格策略、分销策略和促销策略。

本文分为六个部分，

第一部分 绪论。简述全文思路。

第二部分 野营休闲用品行业现状。这一部分主要从国内、国外野营休闲用品行业概况入手，对野营休闲用品行业的发展及现状进行描述。

第三部分 国内野营休闲用品市场分析。这一部分主要从野营休闲用品市场需求、消费者行为和市场竞争等三个方面对国内野营休闲用品行业进行市场分析，明确革新公司在国内市场中相对位置。

第四部分 市场细分与市场定位。这一部分主要对野营休闲用品市场进行细分，确立革新公司野营休闲用品在国内市场的定位。

第五部分 革新公司国内市场营销策略分析。这一部分主要依据 4P s 营销理论，对革新公司营销策略进行分析，为革新公司制订出有效的营销策略：产品策略、价格策略、分销策略和促销策略。

第六部分 革新公司内销市场展望

## 第二章 野营休闲用品行业现状

### 第一节 野营休闲品行业定义

#### 一、野营的行业界定与分类

野营是指不依赖固定房屋、旅社等人工设施，而用自备的设备，在野外生活、停宿为目的的自由活动方式称之为野营。

基本可以分为三种形式，第一是常规野营，第二是拖车野营，第三种是特殊形式野营。

常规野营是指野营者徒步或者驾驶车辆到达野营地点，通常在山谷、湖畔、海边，野营者可以生篝火，可以烧烤、野炊或者唱歌，这也是最平常的野营活动，经常进行这样活动的旅行者，和其他户外运动爱好者一样，又被称为背包客（BACKPACKER），在中国大陆地区，又被称为驴友。

拖车野营是指驾驶一种特殊的旅行车辆，又称为活动房屋车到野外野营，通常这样的拖车就如同房子一般，都有供暖或者冷气设备，也有电力供应，甚至有厨房，这样的野营者通常不被称为背包客。

特殊形式野营是指在特殊活动的野营，比如长距离攀岩，长距离攀岩可能需要几天的时间，为了休息，野营者将帐篷挂在悬崖边野营，这样的野营是非常危险而又刺激的。

#### 二、野营的装备

最初的野营器材比较原始和简陋，营帐笨重，内部空间也比较狭小且防雨性能差，在防外物侵入方面的能力也较弱。在炊事方面，炉灶简陋，餐桌更是因陋就简，食物以果腹和不饿为标准。照明方面，主要是传统的手电筒或煤油灯等。如今，野营已成为一种度假的形态。科技的发展使野营器材越来越人性化舒适化，营帐宽敞、防雨、防虫。炊事方面，瓦斯、气化炉具的普及使得野外大餐成为可能。

现代野营的主要装备：

帐篷：选择结构稳定、重量轻、抗风、防雨性能较强的双层帐篷为佳。

睡袋：羽绒或鹅绒睡袋轻便，保暖效果好，但前提是必须保持干燥，环境条件比较潮湿时，人造真空绵睡袋可能是更好的选择。

背包：背包构架应适合自己的身体结构，并有舒适的背负系统（如肩带、腰带、背板）。

生火用具：打火机、火柴、蜡烛、放大镜。其中蜡烛既可用作光源，又是极好的助燃剂。

照明用具：营灯（分电营灯和气营灯两种）、头灯、手电筒。

野炊用具：水壶、多功能野炊锅、锋利的多功能折刀（Leather man、瑞士军刀）、餐具。

专用工具：指南针、地图、绳索、折叠锹、针线、鱼钩鱼线、砍刀、照相机。

水和食品：热量大的肉类、糖类、脂类、盐。

救生箱：解毒剂、感冒药、腹泻药、云南白药、镇痛药、纱布、胶带、绷带。

## 第二节 世界野营休闲品产业发展现状

野营旅游在欧洲很普遍。旅游季节在高速公路上有许多塞满帐篷的拖车，挂着各国车牌的汽车。欧洲各大城市的郊区或风景点都有野营地，野营地的收费都很便宜，一般只有大宾馆的 1/10 或 1/5。欧洲国家较小，驾车旅游一天可以穿过 2~3 个国家，汽车旅游非常盛行。

亚洲的国家中数日本的野营开发较早，其次是韩国。在日本，建设一个对当地社会负责任的郊区型汽车野营地是那些渴望与大自然亲近的野营者们的愿望。一天行程的野营较普遍，一般靠近海滨，大约 3~6 小时能到达的地方，或自驾车外出野餐，野营地通常是一个大型的多功能停车场。

国外的野营地建设早已与旅游项目结合，如美国，野营地的经营者按照旅游线路进行品牌开发，在主要的风景区和交通干道入口都有广告和标识；而矗立在日本海岸线边的风力发电厂白色风车塔，也成了汽车野营计划中的招牌项目。

野营对欧美人来说，什么时候想起来什么时候就可以去，不需费思量，从小就习惯的。欧美人野营大多以家庭为单位，是每个家庭必有的休假生活之一。

每年夏天，从 7 月中旬到 8 月下旬，整个欧洲的高速公路上、乡间的小路上，

随时都可以看到去野营的车。全欧洲有近 5 万个野营地，一到野营的旺季，每个野营场都是额满。

在我们的概念里，野营是与荒野郊外、高山、海滨紧密相连的，其实在欧洲一些大都市，如巴黎、罗马、布鲁塞尔、马德里、里斯本等城市里就有好几个营地，以便提供外地来此旅游的野营人口住宿。

汽车野营是当今世界上非常流行的体育运动旅游项目，也是一种新兴的生态休闲旅游方式，在旅游发达国家拥有广泛的爱好者和已成熟规范的基础。在国外，野营车有百年历史，被称为“汽车上的家”，坐野营车旅行成为欧美居民休闲与生活的一部分。国际汽车野营总会已经有 70 多年的历史。

### 第三节 国内野营休闲品行业发展现状

由于我国还属发展中国家，野营休闲活动普及率还很低，野营还算是一门新兴的运动。目前我国适合野营的专门野营地开发还很少，以厦门为例，其周边未查到有正式的野营地；再者我国家用汽车还未普及，这都限制着野营休闲活动的推广。从发展的角度看，从 20 世纪 90 年代初到今天，随着我国经济快速发展，人们生活水平的提高，野营休闲活动正朝越来越普及方向行进。

目前国内野营休闲用品在北京、成都、深圳、长春、广州、昆明、杭州、西安等，每个城市都已有超过 30 家店。现在，在中国市场上国际国内野营休闲用品品牌一共约有 120 个，这些品牌中能够在商场，尤其在大型商场设立专柜，能够生存下来的不足十个品牌。以业绩排大约是：奥索卡、The North Face、哥伦比亚、CONNA、日高、探路者等。

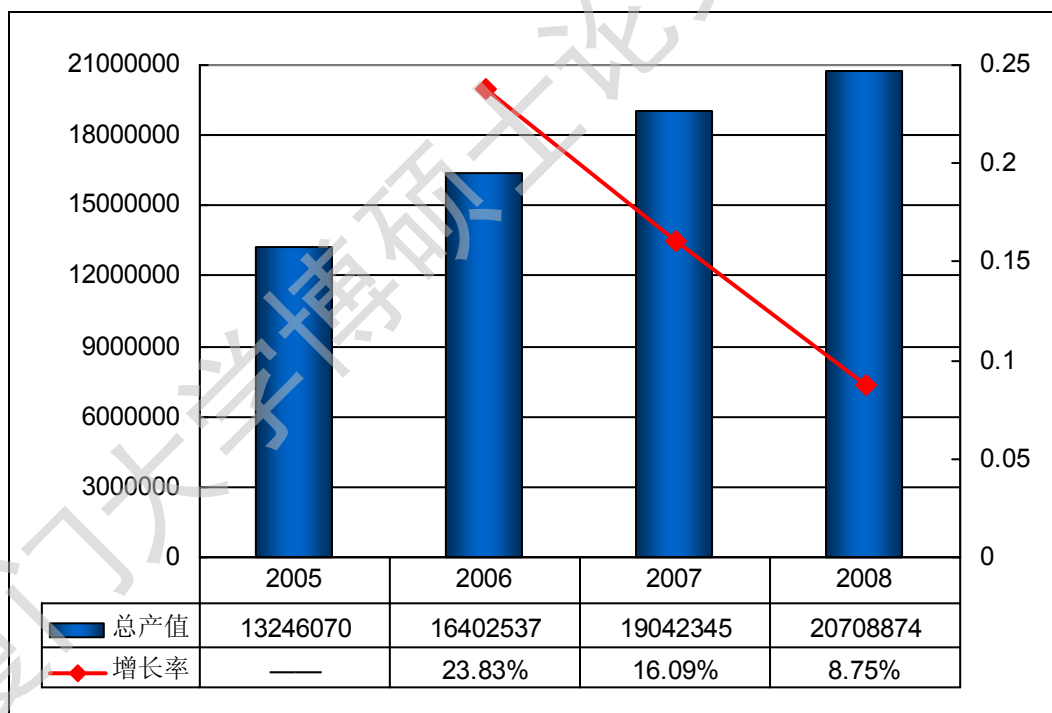
与野营休闲相关的汽车普及率已越来越高，有人预测 2009 年我国将成为新车消费第一大国，随着家用汽车普及、中产阶级的壮大，象欧美人以家庭为单位、家庭必有的野营休假生活也一定会普及开来，所以我国野营休闲用品的市场即将会形成一定规模。

### 第三章 国内野营休闲用品市场分析

#### 第一节 国内野营休闲用品市场需求分析

自 1998 年以来，野营休闲在我国的浙江、江苏、广东，上海、北京等地悄然兴起，很快就蔓延开来，并迅速发展，逐渐在中国演变为一种社会时尚。目前，我国野营休闲用品 2008 年销售额已达 207 亿元，其中国内市场销售约占 40%<sup>①</sup>。2005-2008 年我国野营休闲用品行业总产值变动情况见图 1：

图 1：我国野营休闲用品行业总销售额变动（单位：千元）



按 Euromonitor 及世界银行的数据，2008 年国内消费者人均的休闲用品花费才 4.9 美元，仅占人均 GDP 的 0.17%，远低于其它国家水平。2008 年世界人均的休闲用品花费占人均 GDP 平均为 0.87%，发达国家如美国为 1.33%，故我国的野营

<sup>①</sup> 中国监测中心，《2008-2009 年中国野营休闲用品市场现状分析与前景预测报告》，本节数据资料除非特别注明均同此来源。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库